

# MAKNA KOMUNIKASI NON VERBAL DI KALANGAN GIGOLO KOTA PEKANBARU

Oleh:

Adhitya Putra Ruli

[ulie\\_aditya28@yahoo.com](mailto:ulie_aditya28@yahoo.com)

Pembimbing: Nova Yohana, S.Sos M.I.Kom

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau, Pekanbaru  
Kampus Bina Widya Jl.HR Subrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru  
28293  
Telp/Fax 0761-63272

## ***Abstract***

*Non-verbal communication is a communication process in which the message was delivered did not use words. Examples of non-verbal communication is to use gestures, body language, facial expressions and eye contact, the use of objects such as clothes, haircuts, symbols, as well as how to talk like intonation, emphasis, sound quality, style emotion and style of speaking. Dimensions of non-verbal communication that is primarily behavioral kinesic, paralinguistic, proxemics, and artifacts. The purpose of this study was to determine how the meaning of a message from kinesic behavior, paralinguistic messages, proxemic, and the meaning of the artifacts used by gigolo as a non-verbal communication to get customers / clients.*

*This research is expected to contribute to the academic enrichment of activities that apply non-verbal communication. This research was conducted at the Social Department of Riau Province where located in the Sudirman. This study took place in December 2015 to June 2016. This study used descriptive qualitative research methods that explain and interpret the data collected and used. The data were collected by observation, interview, and documentation. The data validity checking carried out by the extension of participation and triangulation.*

*The results of this study indicate that gigolo apply non-verbal communication professionally, namely in terms of the behavior of kinesic, paralinguistic, proxemic message, and artifacts. In terms of behavior kinesic gigolo apply illustrator and display effect in attracting clients. All the actors created paralinguistic actions are an attempt to make prospective clients feel comfortable around him. They practice Proxemic behavior not just as a courtesy, but more than that they use as a tool to get the attention and interest of his client. While the artifacts do to stimulate in order to become more effective in communication.*

**Keyword : Non Verbal Communication, Kinesic, Gigolo**

## PENDAHULUAN

Sebagaimana diketahui bahwa permasalahan sosial yang terkait dengan gaya hidup bebas yang mengarah kepada praktek komersialisasi seks biasanya dilakukan oleh kaum wanita sebagai pemberi layanan kepuasan. Banyak bentuk praktek komersialisasi seks yang dilakukan melalui beragam media dan bahkan lokasi khusus untuk pelaksanaannya. Banyak para penjaja seks yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menawarkan layanan kepada kaum pria atau ada juga yang beroperasi secara kolektif melalui seorang germo yang menjadi tukang jual produk seks sehingga pria-pria yang menginginkan layanan seks hanya butuh menghubungi germo tersebut saja.

Dewasa ini praktek pekerja seks komersial tidak hanya dilakukan oleh kaum hawa saja, namun juga dilakukan oleh pria yang jarang diketahui ataupun diperbincangkan oleh publik. Seperti halnya pelacuran perempuan, pelacuran laki-laki adalah praktik melakukan tindakan seksual untuk mendapatkan uang. Dibandingkan dengan pekerja seks perempuan, pekerja seks laki-laki jauh lebih sedikit dipelajari oleh para peneliti, dan sementara studi menunjukkan bahwa ada perbedaan antara cara kedua kelompok ini melihat pekerjaan mereka. Pelacur pria dikenal dengan berbagai nama dan eufemisme termasuk laki-laki pendamping, gigolo, anak laki-laki sewaan, model, pemijat dan preman. Istilah "anak laki-laki sewaan" berasal dari fakta bahwa anak-anak menyewakan diri mereka sendiri kepada orang lain. Seorang pria yang tidak menganggap dirinya sebagai gay, namun yang bersedia berhubungan seks dengan klien pria untuk uang, kadang-kadang disebut "gay untuk bayaran" atau "perdagangan kasar". Pelacur pria yang menawarkan layanan kepada pelanggan wanita kadang-kadang dikenal juga sebagai gigolo.

Sebagaimana diketahui bahwa permasalahan sosial yang terkait dengan gaya hidup bebas yang mengarah kepada praktek komersialisasi seks biasanya

dilakoni oleh kaum wanita sebagai pemberi layanan kepuasan. Banyak bentuk praktek komersialisasi seks yang dilakukan melalui beragam media dan bahkan lokasi khusus untuk pelaksanaannya. Banyak para penjaja seks yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menawarkan layanan kepada kaum pria atau ada juga yang beroperasi secara kolektif melalui seorang germo yang menjadi tukang jual produk seks sehingga pria-pria yang menginginkan layanan seks hanya butuh menghubungi germo tersebut saja.

Praktek semacam ini merupakan salah satu praktek dengan gaya baru yang berupaya untuk menghindarkan pelayanan di lokalisasi. Sebagaimana diketahui bahwa pemerintah pada saat ini gencar untuk melaksanakan penghapusan daerah lokalisasi yang menampung tenaga seks komersial. Hal ini tertuang dalam sebuah gerakan yang diusung oleh Kementerian Sosial RI tahun 2016. Gerakan yang dinamakan gerakan Indonesia Bebas ini mengusung tujuan agar Indonesia bebas pasung, Indonesia bebas anak jalanan, serta Indonesia bebas lokalisasi. Dengan adanya gerakan ini diharapkan pada tahun 2017 hingga 2019 para Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) ini dapat berkurang dan diharapkan bisa dihapuskan. Salah satu upaya tersebut dengan melakukan penutupan lokalisasi, mulai dari tahun 2015 telah dilaksanakan penutupan sebanyak 38 lokalisasi dari 171 lokalisasi yang ada di Indonesia.

Dengan berkembangnya Kota Pekanbaru yang memiliki kemajuan pembangunan yang tinggi serta juga menjadi salah satu wilayah perkembangan praktek gigolo. Praktek-praktek layanan seksual oleh pria telah banyak terjadi. Salah satu yang paling hangat adalah pelaku gigolo yang berasal dari pekerja imigran yang mencari suka di Pekanbaru. Ada indikasi yang menyebutkan bahwa para imigran yang berasal dari timur tengah tersebut berlaku sebagai gigolo dengan memberikan layanan seks. Hal ini didukung dengan postur tubuhnya yang menarik bagi tipikal penduduk Indonesia.

Praktek penawaran layanan seks oleh gigolo ini biasanya dilakukan di tempat-tempat umum seperti di mall, hotel, tempat gym, dan kafe-kafe. Walaupun belum dilakukan secara rapi dan berskala besar sebagaimana halnya yang dilakukan di kota-kota besar lainnya seperti Jakarta, menurut informasi awal yang peneliti kumpulkan diketahui bahwa para gigolo ini memilih lokasi-lokasi tersebut sebagai tempat menawarkan jasanya untuk memudahkan kontak dengan konsumennya yang biasanya banyak ditemukan di sana. Para konsumen biasanya adalah kalangan ibu-ibu muda usia 30 hingga 50 tahun atau biasa disebut tante-tante oleh kalangan gigolo.

Dalam menawarkan layanannya, para gigolo ini tidak serta merta membuka jati dirinya kepada khalayak umum, namun menggunakan trik-trik tertentu yang hanya diketahui oleh segelintir orang yang berkecimpung di bidang ini saja dan para konsumen yang sudah terbiasa dengan metode ini. Secara penampilan, mereka memang tidak dapat dibedakan dengan orang-orang pada umumnya, berpenampilan rapi, casual, didukung oleh fisik yang menarik. Namun untuk menandakan diri biasanya mereka memiliki perilaku tersendiri sebagai penanda.

Pada era tahun 80an, biasanya para gigolo beroperasi di tempat-tempat umum mencari pelanggannya dengan menandakan diri dengan mengagap koran di lengannya dan berjalan di tempat-tempat umum. Namun pada saat ini ciri seperti itu tidak lagi dijalankan karena sudah banyak diketahui oleh masyarakat banyak. Dewasa ini untuk menandakan dirinya sebagai penaja seks komersial, para gigolo biasanya mengisap rokok di mulut namun tidak dihidupkan, sambil duduk-duduk di tempat fasilitas umum seperti kafe-kafe dan mall. Sedangkan untuk di tempat fitness biasanya mereka duduk di kursi tamu atau ruang tunggu namun tidak ikut kegiatan kebugaran di tempat tersebut, hanya duduk saja sambil bercakap dengan yang lainnya. Biasanya jika telah menandakan pelanggan yang dianggap berminat, mereka akan mengedipkan mata

sebagai kontak. Dari sinilah kemudian proses tawar menawar mulai dilakukan dan berlanjut kepada praktek. Proses yang dilakukan oleh gigolo ini untuk mencari pelanggan merupakan suatu proses yang berbeda dengan proses jual beli layaknya yang dilakukan sehari-hari terhadap barang atau jasa. Mereka melakukan suatu upaya komunikasi juga, sehingga ada hubungan antara penjual dan pembeli, namun gaya komunikasi yang dilakukan berbeda dan hanya diketahui oleh orang-orang tertentu saja. Gaya komunikasi yang dilakukan adalah non verbal yang mengandung makna yang dikenali dengan alat yang sederhana tanpa banyak bicara.

Salah satu hal yang menarik untuk diteliti sebagaimana dijelaskan diatas adalah cara para gigolo tersebut dalam mencari klien/pelanggannya. Sebagaimana diketahui bahwa pekerja seks komersial pria lebih sulit untuk diamati dibandingkan dengan pekerja seks wanita yang biasanya sudah ditentukan pada tempat-tempat tertentu. Dengan demikian, keuntungan bagi mereka adalah praktek mereka susah untuk diketahui publik, sehingga apabila ada orang-orang tertentu berani menjudge praktek yang mereka lakukan maka mereka dapat dengan mudah menyangkal apa yang dituduhkan kepada mereka karena tidak ditemukan bukti yang menjelaskan. Untuk kasus gigolo ini, mereka melakukan praktek pencarian klien dengan cara yang cukup menarik yang dalam ilmu komunikasi disebut dengan komunikasi non verbal.

Komunikasi nonverbal merupakan proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi "tidak menggunakan kata" dengan ketat, dan

tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

Tentunya praktek komunikasi non verbal ini tidak bisa disamakan dengan praktek jual beli barang, sehingga orang awam tidak bisa secara langsung menetapkan bahwa seseorang tersebut adalah pelaku komersialisasi seks sebagaimana halnya perempuan yang berdandan seronok dan merayu di tepi jalan akan langsung ditetapkan sebagai pelacur dalam pandangan awam.

Berawal dari pekerjaan seorang teman berikut fenomena yang telah diuraikan diatas serta beberapa penelitian yang menjadi latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengetahui komunikasi non verbal dari sikap yang terselubung sebagai seorang gigo dan melakukan penelitian dengan judul “Makna Komunikasi Non Verbal di Kalangan Gigo Kota Pekanbaru”.

## **Tinjauan Pustaka**

Perspektif interaksi simbolik sebenarnya berada di bawah perspektif yang lebih besar yang sering disebut perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif. Maurice Natanson menggunakan istilah fenomenologis sebagai suatu istilah yang merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. Menurut Natanson, pandangan fenomenologis atas realitas sosial menganggap dunia intersubjekif terbentuk dalam aktivitas kesadaran yang salah satu hasilnya adalah ilmu alam. Ia mengakui bahwa George Herbert Mead, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley, selain mazhab Eropa yang dipengaruhi Max Weber adalah representasi perspektif fenomenologis ini. Bogdan dan

Taylor mengemukakan bahwa dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis adalah interaksi simbolik dan etnometodologi (Mulyana, 2001:59).

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran. Manusia bertindak hanyalah berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka. Tidak mengherankan bila frase-frase “definisi situasi”, “realitas terletak pada mata yang melihat” dan “bila manusia mendefinisikan situasi sebagai riil, situasi tersebut riil dalam konsekuensinya” sering dihubungkan dengan interaksionisme simbolik (Mulyana, 2001:70).

Komunikasi nonverbal acap kali dipergunakan untuk menggambarkan perasaan, emosi. Jika pesan yang anda terima melalui sistem verbal tidak menunjukkan kekuatan pesan maka anda dapat menerima tanda-tanda nonverbal lainnya sebagai pendukung. Knaap dan Tubbs (Liliweri, 2011:107) mengatakan bahwa perspektif komunikasi nonverbal merupakan suatu bagian dari komunikasi yang menyeluruh, tidak dapat dipisahkan, sejauh mana perilaku nonverbal memberi dukungan bagi perilaku verbal, yang berfungsi sebagai berikut:

Pertama, pengulangan (repeating) merupakan komunikasi nonverbal yang sangat sederhana, malah lebih sederhana daripada komunikasi verbal. Katakanlah anda hendak mengatakan pada seseorang: Ambillah buku yang terletak di bagian utara ruangan. Perintah itu tidak cukup. Anda

mengulangi pesan itu dengan menunjukkan arah.

Kedua, yaitu kontradiksi (contradicting), dimana perilaku nonverbal bisa berbeda dengan perilaku verbal. Contoh klasik, seorang ayah dengan suara marah (paralinguistik). Saya sangat mencintai kamu (kemudian mencubit dengan keras).

Ketiga, substitusi (substituting, dimana perilaku nonverbal dapat mengganti pesan verbal.

Keempat, pelengkap (complementing), yaitu perilaku nonverbal melengkapi pesan verbal, bahkan dapat memperbaiki, memperbaharui pesan verbal agar menjadi lebih lengkap.

Kelima, memberikan tekanan (accenting) merupakan hal yang menekankan pada apa yang telah diucapkan.

Selanjutnya, keenam, relating atau regulating, meningkatkan hubungan yang sudah ada kemudian berusaha agar tetap mempertahankannya melalui keteraturan-keteraturan yang bersifat permanen.

Dimensi komunikasi nonverbal mendapat perbedaan dari setiap ahli komunikasi. Namun demikian, perbedaan tersebut hanya nampak dalam pengelompokkan tetapi tidak dalam isinya. Sebagai contoh Knapp dan Tubbs (Liliweri, 2011:112) mengelompokkan komunikasi nonverbal meliputi:

#### 1. Gerakan tubuh atau perilaku kinesik:

##### a) Emblem

Merupakan gerakan tubuh yang langsung membentuk symbol yang setara dengan symbol verbal, seperti membentuk lingkaran dengan jari jempol dan telunjuk sebagai simbol "OK", dan membentuk huruf "V" dengan telunjuk dan jari tengah sebagai symbol "victory".

##### b) Illustrator

Berfungsi memperkuat pesan verbal yang disertainya. Sebagai contoh, untuk merujuk sesuatu yang ada disebelah kiri, dia dapat menggerakkan tangan, atau kepala, atau tubuh kearah kiri.

##### c) Affect displays

Merupakan gerakan wajah atau tangan, atau anggota tubuh lain yang digunakan untuk menyampaikan pesan emosional, seperti tersenyum untuk menunjukkan rasa puas, atau mengacungkan tinju ke udara untuk menunjukkan tekad atau menantang orang lain.

##### d) Regulators

Merupakan gerakan yang digunakan untuk memonitor, mengkoordinasi, mengontrol, atau mempertahankan jalan pembicaraan. Anggukan kepala, misalnya, bisa bermakna agar lawan bicara meneruskan komentarnya.

##### e) Adaptors

Merupakan gerakan yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan personal, seperti menggarut kulit tangan yang gatal atau menyingkirkan rambut dari pelupuk mata.

2. Karakteristik fisik yang meliputi gerakan atau keadaan penampilan tubuh secara menyeluruh seperti warna kulit, rambut

3. Perilaku meraba, kontak tubuh yang terjadi antarpribadi yang dibedakan berdasarkan kelas dan peristiwa.

#### 4. Paralinguistik:

##### a) Kualitas suara

##### b) Vokalisasi:

- 1) Karakteristik suara, seperti tertawa dan terisak.
- 2) Kualifikasi suara, seperti intensitas keras lemah dan tinggi rendah.
- 3) Pemisahan suara, seperti uh, um, uuh.

#### 5. Proksemik

Proksemik adalah studi yang mempelajari posisi tubuh dan jarak tubuh (ruang antar tubuh sewaktu orang berkomunikasi antarpersonal).

#### 6. Artifaks

Tindakan memanipulasi penampilan dengan berbagai perangkat untuk mempermudah komunikasi antarpribadi. Tindakan "pemalsuan" itu dilakukan untuk merangsang efektivitas komunikasi. Manipulasi dapat dilakukan melalui parfum, pakaian, lipstik, bulu mata palsu dan rambut



palsu. Hasil manipulasi ialah untuk mengecoh/menambah keindahan/kejelekan penampilan.

Pekerja seks komersial adalah seseorang yang menjual dirinya dengan melakukan hubungan seks untuk tujuan ekonomi (Subadara, 2007). Pelacuran atau prostitusi adalah penjualan jasa seksual. Pelacuran adalah profesi yang menjual jasa untuk memuaskan kebutuhan seksual pelanggan, biasanya pelayanan ini dalam bentuk penyerahan tubuhnya (Wikipedia, 2007).

Sebelum adanya istilah pekerja seks komersial, istilah lain yang juga mengacu kepada pelayanan seks komersial adalah pelacur, prostitusi, wanita tuna susila (WTS). Menurut Sarwono (2005: 23) perilaku seksual adalah segala tingkah laku yang didorong oleh hasrat seksual, baik dengan lawan jenisnya maupun sesama jenis. Objek seksual biasa berupa orang lain, orang dalam khayalan, atau diri sendiri.

Lain pelacur lain pula gigolo. Pada pelacur laki-laki yang butuh nafsu seksnya dipuaskan dan memberikan imbalan uang pada perempuan. Gigolo sebaliknya wanita yang haus seks dan ingin dipuaskan oleh seorang laki-laki. Atas kesediaan laki-laki memenuhi kebutuhan seks si wanita itu, ia menerima imbalan dari wanita tersebut baik berupa uang dengan jumlah tertentu maupun hadiah lain atas kepuasan seks yang diterimanya.

Hasil penelitian ketua pusat Informasi AIDS dan UPLEK Fakultas Kedokteran Universitas Udayana Denpasar Muninjaya (dalam Tanjung, 2008: 28) menyebutkan bahwa gigolo yang melakukan kegiatan dikawasan Ubud dan Kuta sarasanya adalah untuk mendapatkan uang dan kepuasan seks. Sedangkan gigolo di kawasan Nusa Dua uang adalah nomer dua yang utama adalah untuk kepuasan seks kesenangan dan lebih menekankan pada hubungan kemitraan.

Umumnya wanita yang memanfaatkan gigolo adalah wanita-wanita yang memiliki banyak uang, hidup

mewah, sementara kebutuhan seksnya tidak terpenihi oleh sang suami. Boleh jadi suaminya jarang di rumah, sering keluar kota, sibuk kerja, sehingga istrinya kesepian atau suami sudah tua tidakbernafsu (tenaga) dan sebagainya. Atau seorang wanita janda, tetapi yang tidak mau nikah lagi tetapi punya kesanggupan membayar seorang laki-laki untuk memenuhi kebutuhan seksnya.

## Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2009) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara holistik (utuh). Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Husserl (dalam Moleong, 2009) mengartikan fenomenologi sebagai: 1) pengalaman subyektif atau pengalaman fenomenologikal; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Alsa, 2004) peneliti dengan pendekatan fenomenologis berusaha memahami makna dari suatu peristiwa dan saling pengaruhnya dengan manusia dalam situasi tertentu.

Penelitian ini dilakukan di Dinas Sosial Provinsi Riau, Dinas Sosial Kota Pekanbaru, dan di beberapa area Kota Pekanbaru yang diidentifikasi merupakan tempat yang biasa disinggahi gigolo seperti tempat fitness, mall, dan hotel di area kota Pekanbaru. Jadwal penelitian dimulai pada bulan September 2015 – Februari 2016.

Subjek penelitian adalah orang yang menjadi informan dalam suatu penelitian (Alwasilah, 2002:115). Data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara. Dalam menetapkan informan menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan bantuan *key-informan*, dan dari *key informan* inilah akan berkembang sesuai petunjuknya. Dalam hal ini peneliti hanya mengungkapkan kriteria

sebagai persyaratan untuk dijadikan sampel. (Subagyo,2006:31).

Dalam penelitian ini terdapat informan yang terdiri dari pelaku seks komersial/gigolo dengan melakukan wawancara yang umum yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang tidak memiliki alternative respon yang ditentukan sebelumnya atau yang lebih dikenal dengan wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam dan observasi. Kriteria yang menjadi subjek penelitian adalah gigolo yang sudah lama melakukan praktek seks komersial ( lebih dari 1 tahun) dan menetap di Pekanbaru (penduduk dengan KTP Pekanbaru) dan batas usia rentang 20 hingga 35 tahun.

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah komunikasi non verbal yang dilakukan gigolo dalam menjalankan profesinya yang terdiri dari :

- 1) Makna pesan perilaku kinesik yang dilakukan gigolo dalam mendapatkan klien,
- 2) Makna pesan paralinguistik dalam komunikasi non verbal gigolo dalam mendapatkan klien,
- 3) Makna pesan proksemik yang dilakukan gigolo dalam mendapatkan klien

Makna pesan artifacts yang dilakukan gigolo dalam mendapatkan klien.

## **Hasil Dan Pembahasan**

### **Hasil Penelitian**

Salah satu cara untuk menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lainnya adalah menggunakan gerak tubuh. Hal ini sudah lama sekali digunakan oleh manusia, bahkan individu penderita tuna rungu menggunakan bahasa isyarat berupa gerak tangan sebagai pengganti kata untuk berkomunikasi dengan orang lain. Maka sudah sewajarnya apabila cara ini dilakukan pula oleh gigolo dalam berkomunikasi dengan calon pelanggannya. perilaku kinesik dalam komunikasi non verbal terdiri dari emblem, ilustrator, affect display, regulator, dan adaptor. Untuk kasus ini yang dilakukan oleh pelaku adalah ilustrator berupa gerakan kepala yang menunjukkan arah kemana dapat berbincang-bincang lebih. Kemudian

pelaku juga melakukan affect display, yaitu gerakan wajah yang digunakan untuk menunjukkan pesan emosional dengan cara tersenyum dan mengedipkan mata untuk menarik perhatian. Sedangkan untuk regulator biasanya dilakukan pelaku setelah mendapatkan kliennya secara penuh dan saat bernegosiasi. Tidak jarang juga pelaku menggaruk alis matanya sebagai tindakan adaptor.

Paralinguistik merupakan sebuah studi tentang penggunaan suara dan vokalisasi (misalnya membesarkan dan mengecilkan suara). Paralinguistik merupakan jenis komunikasi yang berkaitan dengan cara bagaimana seseorang mengucapkan atau menyampaikan pesan. untuk mendapatkan perhatian dari calon klien dan berkomunikasi langsung dengan calon klien, pelaku biasanya berbicara dengan sopan dan lemah lembut seolah-olah kata-kata mereka merupakan hipnotis yang menarik hati target mereka. Kata-kata yang disampaikan pun lebih banyak berupa pujian, namun pelaku tidak berusaha terlalu intens sehingga menyebabkan calon pelanggannya merasa tertekan dan didesak. Semua tindakan paralinguistik yang pelaku ciptakan adalah upaya untuk membuat calon kliennya merasa nyaman berada di dekatnya.

Pesan proksemik berkaitan dengan jarak tubuh atau ruang yang terbuat pada saat seseorang berinteraksi dengan orang lainnya. Apabila kita berkomunikasi dengan seseorang, maka biasanya akan tercipta jarak atau posisi antara diri kita dengan lawan bicara. Hal ini juga bisa menunjukkan tingkat kedekatan atau keintiman kita dengan lawan bicara. perilaku proksemik benar-benar mereka lakukan bukan hanya sebagai etika kesopanan namun lebih daripada itu mereka gunakan sebagai alat untuk mendapatkan perhatian dan minat kliennya dengan catatan bahwa klien tersebut merupakan klien baru yang belum dikenal sebelumnya.

Artifacts merupakan istilah dalam komunikasi non verbal yaitu tindakan memanipulasi penampilan dengan berbagai perangkat untuk mempermudah komunikasi antar pribadi. Tindakan ini dilakukan guna merangsang agar komunikasi menjadi lebih efektif, dan upaya tersebut dilakukan dengan

penggunaan parfum, pakaian yang modis, gaya rambut yang trendi, serta pernak pernik dan perhiasan.

Bagi para gigolo hal ini tentu saja sudah lumrah mereka persiapkan setiap menjajakan dagangannya. Dari pengamatan yang peneliti lakukan, dari dua orang gigolo yang menjadi informan tampak bahwa penampilan mereka diatas rata-rata. Artinya mereka begitu menjaga penampilan mereka bahkan pada saat mereka tidak sedang beroperasi. Peneliti dapat melihat bahwa pakaian yang mereka gunakan adalah pakaian yang bermerk, handphone yang dipakai adalah handphone keluarah terbaru, dan parfum yang digunakan pun bukan parfum kualitas biasa.

Setelah melakukan pembahasan terhadap hasil penelitian maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

1. Perilaku Kinesik atau gerakan tubuh merupakan bahasa yang penting dilakukan oleh gigolo dalam tahap awal menentukan targetnya. Kinesik ini pula yang membuat gigolo aman untuk menjalankan operasinya tanpa harus diketahui oleh publik. Adapun perilaku kinesik yang biasa dilakukan oleh gigolo dalam mendapatkan pelanggan di Kota Pekanbaru adalah dengan ilustrator berupa gerakan kepala yang menunjukkan arah kemana dapat berbincang-bincang lebih. Kemudian pelaku juga melakukan affect display, yaitu gerakan wajah yang digunakan untuk menunjukkan pesan emosional dengan cara tersenyum dan mengedipkan mata untuk menarik perhatian. Sedangkan untuk regulator biasanya dilakukan pelaku setelah mendapatkan kliennya secara penuh dan saat bernegosiasi. Tidak jarang juga pelaku menggaruk alis matanya sebagai tindakan adaptor.
2. Paralinguistik komunikasi non verbal yang dilakukan oleh gigolo yang diperhatikan adalah kualitas suara, vokalisasi yang berupa karakteristik suara yang merdu , kualifikasi suara yang tergolong intensitas rendah, serta pemisahan suara dalam berbicara.

3. Ruang dan jarak dalam awal komunikasi menunjukkan seberapa besarnya gigolo tersebut menghormati calon pelanggannya namun tanpa member arti bahwa mereka tidak tertarik. Lebih dari itu mereka mencoba untuk menunjukkan ketertarikan tanpa membuang kesopanan dan rasa hormat kepada calon pelanggannya.
4. Penampilan adalah utama dalam melancarkan komunikasi non verbal gigolo. Penampilan merupakan barang dagangan mereka yang dengan penampilan tersebut mereka berusaha untuk menimbulkan ketertarikan dari calon kliennya. Tanpa penampilan yang bagus maka tentu saja ketertarikan orang lain akan berkurang, apalagi jika tidak didukung dengan fisik dan wajah yang bagus.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Dessy. 2001. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Karya Abditama, Surabaya.
- Arep dan Tanjung, 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua. Yogyakarta :BPEC
- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Ardarini. 2006. dalam Yanita Hernie.2012. WPS (Pekerja Seks Komersial).<http://itanieta.com/2012/07/WPS-pekerja-seks-komersial.html>.
- Bungan, Burhin. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendy, O.U 2005. Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek : Bandung. Remaja Rosdakarya
- Gunarsa, D. Dan Gunarsa, D. 2009. Psikologi Untuk Pembimbing. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.
- Jauhari, Imam B. 2012. Teori Sosial. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kartini Kartono. 2006. Kenakalan Remaja. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasnodiardjo, dkk. 2010. Dinamika Pelacuran di Wilayah Jakarta dan Surabaya dan Faktor SosioDemografi Yang
- Melatarbelakanginya. Jakarta, [http://www.kalbe.co.id/files/cdk/files/17\\_151\\_DinamikaPelacuran.pdf/17\\_151\\_DinamikaPelacuran.html](http://www.kalbe.co.id/files/cdk/files/17_151_DinamikaPelacuran.pdf/17_151_DinamikaPelacuran.html).
- Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta : Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mudjijono. 2005. SARKEM Reproduksi Sosial Pelacuran, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rahmadi, Agus. 2002. "Teology Pembebasan Untuk PSK" <http://groups.google.co.id/group/soc.culture.indonesia>
- Riswandi. 2009. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rusady. 2005. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi suatu Pengantar*. Jakarta: P.T. Raja Grafindo.
- Subadara, I Nengah. 2007. "Bali Tourism Watch : Keberadaan Pekerja Seks Komersial sebagai dampak negative Pariwisata di Bali" <http://www.subadara.wordpress.com>
- Sukandarrumidi. 2004. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Wiryanto. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Grafindo
- Yin, Robert K. 2009. Studi Kasus Desain dan Metode. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Yustinawaty. 2007. “Perempuan & Kemiskinan”<http://www.seputarindonesia.com/edisi cetak/05/07>

Sumber lainnya

<http://pustaka.unpad.ac.id/archives/129850/>  
diakses tanggal 4 September 2015

<http://www.goriau.com/riauserbaserbi/walik-ota-pekanbaru-ancam-deportasi-imigran-yang-jadi-gigolo.html> diakses tanggal 6 September 2015

[https://id.wikipedia.org/wiki/Pelacuran\\_pria](https://id.wikipedia.org/wiki/Pelacuran_pria)  
diakses tanggal 6 September 2015

[https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi\\_no\\_nverbal](https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_no_nverbal) diakses tanggal 6 September 2015